canton de vaud
LIBERTÉ PATRIE

GRAND CONSEIL

AOÛT 2023 **RC-22_LEG_253**

RAPPORT DE LA COMMISSION THEMATIQUE DE LA SANTE PUBLIQUE
chargée d'examiner l'objet suivant :

Exposé des motifs et projets de loi modifiant la loi du 31 mai 2005 sur l'exercice des activités économiques (LEAE), la loi du 6 décembre 1988 sur les procédés de réclame (LPR) et la loi du 23 juin 2009 sur l'interdiction de fumer dans les lieux publics (LIFLP) et rapport du Conseil d'État au Grand Conseil sur le Postulat Graziella Schaller et consorts - Soumettre la cigarette électronique au même cadre légal que les produits du tabac (19_POS_134)

1. PREAMBULE

La commission s'est réunie le 28 avril 2023.

Présent·e·s : Mmes Florence Bettschart-Narbel (en remplacement de Chantal Weidmann Yenny), Josephine Byrne Garelli, Sandra Pasquier, Sylvie Podio (présidence). MM. Sébastien Cala, Fabien Deillon, Nicola Di Giulio, Philippe Miauton, Gérard Mojon, Olivier Petermann, Cédric Roten, Théophile Schenker (en remplacement de Rebecca Joly), Blaise Vionnet, Marc Vuilleumier, Andreas Wüthrich. Excusé·e·s : Mmes Rebecca Joly et Chantal Weidmann Yenny.

La commission s'est réunie un deuxième fois le 5 mai 2023. Mme Claire Attinger Doepper remplaçait M. Cédric Rohten. Mme Chantal Weidmann Yenny et M. Marc Vuilleumier étaient excusé·e·s.

Représentant·e·s du Département de la santé et de l'action sociale (DSAS) : Mmes Rebecca Ruiz, Conseillère d'Etat, Cheffe du DSAS, Virginie Spicher, Directrice générale, Direction générale de la santé (DGS), Tania Larequi, Médecin Responsable dossiers Promotion et Prévention, DGS, Sandra Gaillard, Directrice, Direction Santé communautaire, DGS. M. Frédéric Stucky, Juriste, Affaires juridiques et intercantonales, DGS.

2. AUDITIONS

2.1. AUDITION DU GROUPEMENT ROMAND D'ÉTUDES DES ADDICTIONS (GREA)

La co-secrétaire générale du GREA livre une présentation détaillée de la position de son entité. Cette présentation est à disposition des député·e·s qui la demandent. En résumé, la position du GREA est la suivante :

Points forts

- Une législation cohérente avec la (future) réglementation fédérale et qui répond aux attentes de la population ;
- Restrictions publicitaires afin de protéger les mineurs ;
- Inclusion des achats tests ;
- Autorisations dans LEAE pour encadrer les vape shops.

Recommandation : soutien au projet.

Pour l'avenir de la santé publique dans le canton de Vaud

- Promotion de la vape comme outil de réduction des risques et d'aide à l'arrêt du tabagisme (cf. Angleterre « *swap to stop* ») Exemple : Programme d'encouragement de passer de la cigarette à la vape auprès de certains publics cibles, par ex. dans les prisons, institutions psychiatriques, centres résidentiels, etc.

La présentation donne lieu aux interrogations et commentaires qui suivent.

La note (mauvaise pour ce qui concerne la Suisse) de l'évaluation des mesures structurelles de régulation d'une substance (« tobacco control ») est-elle corrélée à une consommation de tabac plus ou moins élevée des jeunes ou à un taux plus ou moins élevé de cancers du poumon ?

L'échelle du *tobacco control* ne prend pas en compte des éléments comme l'incidence des maladies ou la mortalité. Si la France par exemple est bien notée, c'est en raison de prix très élevés pour les cigarettes traditionnelles et de paquets de cigarettes dépourvus d'élément de marketing et comprenant un avertissement sanitaire. Des évidences scientifiques démontrent l'efficacité de telles mesures. Il reste cependant que passablement de personnes consomment des cigarettes traditionnelles en France, notamment en raison du faible développement des produits alternatifs.

Les pays scandinaves, plutôt bien notés, voient environ 30% de leur population consommer de la nicotine, comme en Suisse, mais 25% des gens consomment des produits alternatifs (cigarette électronique, snus…) et seulement 5% fument des cigarettes traditionnelles. La Suisse doit se diriger vers cela. En effet, il ne fait guère sens d'interdire la consommation de nicotine qui, certes provoque de la dépendance, mais fonctionne comme un stimulant sans grand préjudice pour la santé. Un encadrement responsable (protection des personnes vulnérables comme les moins de 18 ans) vaut mieux qu'une interdiction stricte qui génère un marché noir et des produits de mauvaise qualité, car non contrôlés.

Pour une commissaire, l'origine multifactorielle du cancer du poumon rend difficile toute association causale directe.

Des données existent-elles sur l'éventuelle nocivité de la cigarette électronique ?

Les études indiquent un risque à long terme d'irritation des voies respiratoires. Un·e commissaire évoque des suspicions d'épidémie de pneumonie chez les jeunes aux États-Unis, en lien avec les substances ajoutées à la vape. Pour la représentante du GREA, l'épidémie outre-Atlantique serait associée à des produits de marché noir de très mauvaise qualité, d'où l'utilité de la régulation. Vapoter reste, de très loin, bien moins nocif que fumer des cigarettes traditionnelles. Dans l'idéal, il conviendrait de consommer la cigarette électronique plutôt que la cigarette traditionnelle, du snus plutôt que la cigarette électronique et des substituts nicotiniques plutôt que du snus (impact négatif de ce dernier sur les dents, les gencives…).

Les personnes qui veulent absolument consommer de la nicotine doivent pouvoir le faire sans y laisser leur vie. Une personne fumeuse sur deux meurt de la consommation de tabac. Il est donc préférable que les gens consomment des produits alternatifs au tabac plutôt que la cigarette traditionnelle.

Dans quelle mesure les additifs aromatiques sont-ils nuisibles à la santé de la personne qui vapote comme à celle des personnes autour d'elle ?

L'aérosol produit par la cigarette électronique présente des risques, bien que cet aérosol soit moins dangereux que la fumée produite par la combustion du tabac. Il convient dès lors d'intégrer les produits alternatifs au tabac dans la loi sur l'interdiction de fumer dans les lieux publics, afin de protéger les personnes qui ne consomment pas. Interdire les arômes autres que l'arôme-tabac ne fait pas nécessairement sens. Certaines études indiquent en effet que les personnes qui vapotent avec un goût autre que celui du tabac retournent moins fréquemment à la cigarette traditionnelle que les personnes qui vapotent avec un goût de tabac. Il convient néanmoins de ne pas tomber dans l'abus consistant à proposer des arômes *bubble gum* ou nounours, manifestement destinés aux enfants.

Le système Iqos (tabac chauffé plutôt que brûlé) est-il disponible dans les vape shops ?

A la connaissance du GREA, le système Iqos n'est pas vendu en vape shop. Il est vendu dans les Coop Pronto, les stations-service, les distributeurs automatiques dans certains bars, soit dans les canaux de distribution habituels de Philip Morris.

Si le vape shop peut jouer un rôle pour les personnes qui souhaitent arrêter de fumer, ne risque-t-il pas de faire office de porte d'entrée à la consommation de tabac pour les personnes non fumeuses ?

Pour l'instant dans le canton de Vaud, les personnes mineures peuvent entrer dans un vape shop et s'acheter une Puff par exemple (pas d'interdiction de vente au moins de 18 ans des produits assimilables au tabac).

La question de l'effet de la cigarette électronique comme porte d'entrée de la consommation de tabac n'est à ce jour pas tranchée. Les études à ce sujet se montrent contradictoires. L'étude qui met en évidence une baisse de la consommation de la cigarette traditionnelle chez les jeunes n'établit pas de relations causales. L'hypothèse peut toutefois être émise que la diversification importante du marché de la nicotine amène les jeunes qui veulent tester des substances vers la consommation de produits moins nocifs pour la santé que la cigarette traditionnelle.

Par rapport au vape shops, que proposent les magasins de CBD (cannabidiol) ?

Outre quelques produits à fumer (cigarettes au CBD), ces magasins commercialisent nombre d'autres articles avec du CBD : aliments, infusions, baumes, huiles, etc. Contrairement au THC (tétrahydrocannabinol), le CBD n'a pas d'effet psychotrope, tout en permettant d'atténuer certaines douleurs. Tout projet de légalisation du cannabis au niveau national devrait de même être attentif à traiter la question des produits annexes et faire en sorte que les produits que l'on ne fume pas soient plus attractifs que ceux que l'on fume. Dans cette ligne, le GREA plaide pour que les taxes sur la cigarette électronique et autre Puff soient inférieures à celles sur la cigarette traditionnelle et l'IQOS.

2.2. Audition de Swiss Cigarette – Association professionnelle suisse des fabricants et distributeurs de cigarettes et de nouveaux produits alternatifs et sans combustion

Les représentants de Swiss Cigarette rappellent l'importance économique de leur industrie (89% de tout le tabac vendu en Suisse, 11'500 emplois directs et indirects en Suisse, collaboration avec plus d'une centaine de PME en Suisse dans le cadre de la recherche et développement et de la distribution de produits alternatifs potentiellement moins nocifs que la cigarette traditionnelle, impact de plus de 6 milliards sur l'économie suisse).

Ils mettent notamment en avant :

(a) L'importante densité normative au niveau fédéral et des cantons qui réglemente déjà la commercialisation, la vente, l'imposition, la publicité ou la consommation des produits du tabac et à base de nicotine. S'agissant de la cigarette électronique, l'obligation de satisfaire aux exigences techniques d'un pays membres de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen et la nécessité d'être légalement commercialisée dans un de ces pays avant de pouvoir être commercialisée en Suisse. Le projet de révision de la loi fédérale sur l'imposition des produits du tabac qui prévoit une taxation des cigarettes électroniques de même qu'une taxation différenciée cinq fois supérieure pour les cigarettes électroniques jetables ou à usage unique ;

(b) Le haut niveau de protection de la jeunesse fixé par la législation fédérale en cours de mise en œuvre sur les produits du tabac, la cigarette électronique et autres produits contenant de la nicotine (interdiction de vente aux moins de 18 ans ; interdiction de publicité sur les affiches, dans les cinémas, sur les terrains de sport ainsi que dans/sur les bâtiments publics et les véhicules de transport public, …) ;

(c) Le fait que la publicité n'est pas un moteur pour la consommation de nicotine chez les jeunes, d'autres raisons primant comme, selon Addiction Suisse, l'envie d'essayer quelque chose de nouveau, la pression du groupe et l'environnement personnel. Ils soulignent que la consommation régulière de cannabis illégal en Suisse – qui ne bénéficie d'aucune publicité – est plus importante que la consommation de cigarettes électroniques ;

(d) L'inefficacité de l'interdiction totale de la publicité ; le fait que la publicité pour le tabac s'adresse désormais aux fumeurs·euses adultes. Selon Swiss Cigarette, les restrictions de publicité envisagées par le projet de modification de la LPR introduisent une distorsion du marché, les fumeurs·euses vaudois-e-s ne disposant alors pas des mêmes informations sur les produits alternatifs que les fumeurs·euses dans les autres cantons, ce qui peut engendrer un tourisme d'achat intercantonal.

En conclusion, la position de Swiss Cigarette concerne avant tout les modifications proposées relatives à la publicité (projet de loi modifiant la LPR). Swiss Cigarette ne s'oppose en effet pas à ce que les restrictions en vigueur actuellement pour le tabac soient étendues aux cigarettes électroniques, au dispositif pour chauffer le tabac et autres produits à base de nicotine. Pour Swiss Cigarette, le Conseil d'État va cependant au-delà en introduisant de nouvelles restrictions en matière de publicité pour tous les produits. Concrètement, il propose d'interdire également la publicité à l'intérieur (dans les salles de cinéma ou lors de manifestations culturelles et sportives) et dans les lieux privés accessibles au public. Leur prise de position complète est récapitulée dans un texte écrit. Le texte récapitulatif est à disposition des député·e·s qui le demandent.

L'exposé donne lieu aux interrogations et commentaires qui suivent.

Si la publicité incite peu voire pas du tout les jeunes à consommer, pourquoi s'opposer à l'interdiction de la publicité ?

La publicité pour les produits alternatifs permet d'informer les consommateurs·trices de cigarettes traditionnelles qui souhaitent consommer de la nicotine de manière moins dangereuse pour la santé ou arrêter à terme de fumer. L'actuelle grande diversité de l'offre de produits alternatifs requiert un bon niveau d'information sur les différents produits. En la matière, les points de vente constituent les meilleurs lieux d'information.

Si la publicité vise essentiellement à faire passer les fumeurs·euses de cigarettes traditionnelles à la consommation de produits alternatifs, pourquoi la publicité n'indique-t-elle pas, notamment aux jeunes, que consommer de la nicotine rend dépendant et donc client·e pour un bon moment de l'industrie proposant les produits alternatifs en question ?

Sur tous les supports de publicité, le 10% ou plus de la surface du message indique que le produit considéré contient de la nicotine et qu'il s'agit d'une substance addictive. Le règlement interne de la branche prévoit une telle obligation. Les entreprises qui ne respectent pas cette règle sont sujettes à des sanctions de la part des entreprises compétitrices.

En quoi les restrictions de publicité envisagées par le projet de modification de la LPR inciteraient à un tourisme d'achat hors du canton de Vaud ?

Un·e pendulaire fumeur·euse, qui fait tous les jours de la semaine le trajet en train de Lausanne à Berne par exemple, sera moins informé·e à Lausanne qu'à Berne sur les produits alternatifs en cas d'interdiction de la publicité dans les points de vente dans le canton de Vaud. Potentiellement, le/la client·e aura plus tendance à acheter des produits alternatifs à la gare de Berne qu'à Lausanne. Plus que de publicité, il est question d'information sur les produits : fonctionnement des produits, indication des prix notamment pour comparaison, profils de réduction des risques pour la santé. Par ailleurs, un·e consommateur·trice de tabac ou de nicotine a en général un panier d'achats plus élevé qu'un·e autre consommateur·trice qui se rend dans un kiosque.

2.3. AUDITION D'UNISANTÉ – CENTRE UNIVERSITAIRE DE MÉDECINE GÉNÉRALE ET SANTÉ PUBLIQUE

Le directeur général et l'adjointe à la cheffe du Département promotion de la santé et préventions (DPSP) d'Unisanté livrent une présentation détaillée de la position de leur entité. Cette position est récapitulée dans un texte écrit. La présentation ainsi que le texte écrit sont à disposition des député·e·s qui le demandent. En résumé, la position d'Unisanté est la suivante :

- Le tabagisme est le premier facteur de mortalité évitable en Suisse.
- Il coûte au moins 4 milliards chaque année aux assurances sociales, à l'État et aux entreprises.
- 2/3 des fumeurs souhaitent arrêter.
- On constate une hausse préoccupante chez les jeunes :
    - 36 % des jeunes de 15 ans ont consommé ≥ 1 produit du tabac/nicotine dans les 30 derniers jours ;
    - Forte augmentation 2018-2022, sans baisse de la cigarette ;
    - « Puffs » chez les 14-17 ans : 6/10 ont testé et 1/10 consomme régulièrement.

- L'autoréglementation est inefficace.
- Le projet de loi proposé par le Conseil d'État est en cohérence avec la future loi fédérale et la volonté populaire. Ses points forts sont :
    - Formulation large intégrant tous les produits du tabac et de la nicotine (sauf médicaments) ;
    - Restrictions publicitaires dans lieux accessibles aux mineurs, selon initiative populaire ;
    - Cadre cohérent pour protéger la jeunesse et la santé, suivant modèles fédéral et international.
- Pistes supplémentaires :
    - LEAE : achats-tests en ligne ;
    - LIFLP : lieux extérieurs fréquentés par enfants ;
    - LPR : selon initiative, viser « toute forme de publicité qui atteint les enfants et les jeunes » ;
    - Déroger article 3 pour inclure toutes formes de pub (meubles, etc.), dont exposition de produits dans vitrines et points de vente.

La présentation donne lieu aux interrogations et commentaires qui suivent.

Sait-on si la consommation de la cigarette électronique provoque un passage vers la consommation de la cigarette traditionnelle ?

Cette question fondamentale fait énormément débat. Par exemple, le Dr Stanton Glantz en Californie, leader du contrôle du tabagisme, affirme chiffres à l'appui que la cigarette électronique constitue la porte d'entrée vers la cigarette traditionnelle. Le Prof. Kenneth Warner, grand spécialiste du domaine dans le Michigan, avance quant à lui qu'il n'existe en l'état aucune donnée épidémiologique formelle allant dans ce sens. Dans le doute (absence de données solides), le principe de précaution s'applique.

Comment les achats tests en ligne sont-ils réalisés afin de vérifier que les vendeurs·euses ne vendent pas à des personnes mineures des produits qui ne leur sont pas destinés ?

Cet enjeu est débattu au niveau fédéral, en lien notamment avec l'application de l'initiative « Enfants sans tabac ». Au-delà de la difficulté technique (anonymat permis par internet : possible déclaration erronée par l'acheteur·euse concernant son âge), les achats tests en ligne se montrent pertinents dans la volonté de contrôler le commerce de produits trop facilement accessibles. Une fois finalisée, l'ordonnance fédérale relative à la loi sur les produits du tabac devrait donner des précisions en la matière.

2.4. AUDITION DE LA LIGUE PULMONAIRE VAUDOISE

Le Président du comité et la responsable Promotion de la santé, prévention et communication de la Ligue pulmonaire vaudoise (LPV) livrent une présentation détaillée de la position de leur entité. Cette position est récapitulée dans un texte écrit. La présentation ainsi que le texte écrit sont à disposition des député·e·s qui le demandent. En résumé la position de la LPV est la suivante :

- Même constat qu'Unisanté concernant la consommation chez les jeunes.
- Outre les problèmes liés à la consommation de tabac, la LPV estime que les jeunes ne devraient pas consommer les divers produits à base de nicotine car c'est une substance psychoactive classée comme neurotoxique qui génère des :
    - Troubles de l'attention et de la mémoire ;
    - Angoisses, des troubles cognitifs et psychiatriques ;
    - Troubles respiratoires plus fréquents.
- La dépendance se met en place très vite.
- La LPV propose deux axes pour protéger la jeunesse :
    - Diminuer l'accessibilité ;
    - Diminuer l'attractivité.

- La LPV soutient le projet de loi du Conseil d'État qui va dans ce sens ; elle propose un renforcement supplémentaire :
    - Élargir la dérogation à l'article 3 de la LPR dans l'art. 5a à toute forme de publicité, quel que soit le support, dès qu'elle est visible par des mineurs, pour tous les produits définis à l'article 66b alinéa 1ter de la LEAE.
    - Les produits eux-mêmes, considérés comme moyens de publicité, ne doivent plus être visibles, y compris dans les lieux privés accessibles au public et aux mineurs.

La présentation donne lieu aux interrogations et commentaires qui suivent.

Si, pour diminuer l'attractivité des Puffs, il était décidé de commercialiser uniquement des Puffs tout noirs, qui peut prendre une telle décision, en porte-à-faux avec le marché international actuel ?

Il s'agit d'une compétence fédérale en lien avec les autorisations de mise sur le marché suisse et les règles en matière d'importations.

En plus des auditions ci-dessus, la commission a reçu deux prises de positions écrites. Une de communication Suisse (KS/CS) et une de Valora Suisse Romande. Elles sont à disposition des député·e·s qui les demandent.

3. PRÉSENTATION DE L'EMPL – POSITION DU CONSEIL D'ÉTAT

Dans le canton, il n'existe pas de cadre légal concernant la cigarette électronique qui dispose dès lors du statut juridique d'un produit usuel. De fait, la cigarette électronique n'est pas considérée comme un produit du tabac, n'est pas soumise aux dispositions légales propres aux produits du tabac et peut être vendue de manière libre, sans encadrement particulier. Certes, il existe pour l'heure un code de conduite qui définit l'âge minimal de vente des cigarettes électroniques et qui restreint la publicité. Toutefois, ce code de conduite élaboré par les entreprises commerçantes relève d'une démarche d'autorégulation non contraignante.

En mars 2018, Mme la Députée Graziella Schaller est intervenue en vue de soumettre la cigarette électronique au même cadre légal que les produits du tabac. En septembre 2020, le Grand Conseil a renvoyé le postulat au Conseil d'État. Dans l'intervalle, le dossier a connu plusieurs rebondissements, en particulier l'acceptation de l'initiative populaire fédérale « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac ». L'acceptation extrêmement claire de cette initiative dans le canton de Vaud a encouragé le Conseil d'État à envisager la question de manière large, à ne pas s'arrêter aux seules cigarettes électroniques et à proposer des articles de loi qui couvrent les produits qui se sont développés entre 2018 et aujourd'hui (Puffs, etc.) et qui vont encore se développer à l'avenir.

La Suisse déplore 9'500 décès prématurés par an liés au tabac, 950 à 1'000 dans le canton de Vaud. Les coûts induits pour le système de santé sont majeurs : 3 milliards par an en Suisse pour les frais de traitements médicaux. À cela s'ajoute un coût social important, avec des drames humains et familiaux qui peuvent se jouer. Dans ces circonstances, le Conseil d'État a à cœur de protéger au maximum la jeunesse par rapport aux produits concernés qui se développent de manière sournoise (ciblage des jeunes, banalisation de la nocivité). La loi fédérale sur les produits du tabac donne la possibilité aux cantons d'aller plus loin que le cadre fédéral. D'autres cantons vont dans ce sens. Le Conseil d'État estime que le projet présenté se montre équilibré (protection de la jeunesse tout en conservant une approche non excessivement restrictive).

La DGS fournit à la commission un bref document écrit relatif à l'efficacité des mesures structurelles de lutte contre le tabagisme. Ce document est à la disposition des député·e·s qui le demandent.

4. POSITION DE LA POSTULANTE

La postulante remercie le Conseil d'État d'avoir répondu à sa motion, transformée en postulat, comme si la motion était restée une motion. Si la réponse du Conseil d'État a pris du temps, la postulante se réjouit de constater que les projets de loi présentés incluent les nouveaux produits arrivés sur le marché du tabac, de la nicotine et produits assimilables, et ceux qui pourraient arriver par la suite. La protection des jeunes et des mineur·e·s prime, sachant que les personnes adultes sont censées être en mesure de faire la part des choses face à la publicité et au marketing.

La postulante réitère ses remerciements pour un projet qui la satisfait pleinement et qui devrait donner des bases légales afin d'interdire ces nouveaux produits dans les écoles. La postulante plaide pour le lancement, à la faveur des nouvelles dispositions légales, de campagnes de sensibilisation auprès des jeunes au travers de canaux prisés par la jeunesse (pairs, influenceurs·euses sur les réseaux sociaux, etc.).

5. EXAMEN POINT PAR POINT DE L'EXPOSÉ DES MOTIFS

Un·e commissaire se félicite que le projet arrive enfin. Il s'agit d'une bonne nouvelle en matière de prévention en faveur des jeunes.

6. DISCUSSION SUR LES PROJETS DE LOI ET VOTES

6.1. PROJET DE LOI MODIFIANT LA LOI SUR L'EXERCICE DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES (LEAE)

L'art. 4 du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66a du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66b du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66c du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66d du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66e du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66f du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66g du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66h du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66i du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66j du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66k du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66l du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66m du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 66n du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 73 du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 98a du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 2 du projet de loi (formule d'exécution) est adopté tacitement.

Le projet de loi tel que discuté est adopté à l'unanimité des membres présents.

Entrée en matière

La commission recommande au Grand Conseil l'entrée en matière sur ce projet de loi à l'unanimité des membres présents.

6.2. PROJET DE LOI MODIFIANT LA LOI SUR LES PROCÉDÉS DE RÉCLAME (LPR)

Dans le but de permettre la publicité dans les points de vente, l'amendement suivant est déposé à l'alinéa 1 de l'article 5a : « Les procédés de réclame pour les produits du tabac selon l'article 66b, alinéa 1bis, de la loi sur l'exercice des activités économiques (LEAE), les autres produits à fumer à base de plantes, les cigarettes électroniques (avec ou sans nicotine), les autres produits nicotinés (à l'exception des produits soumis à la loi fédérale sur les produits thérapeutiques), les produits assimilables selon l'article 66b, alinéa 1ter, de la LEAE ainsi que les objets qui forment une unité fonctionnelle avec ces produits, les alcools de plus de 15 pour cent volumes ainsi que les boissons distillées sucrées au sens de l'article 23bis, alinéa 2bis, de la loi fédérale sur l'alcool (alcopops), sont interdits sur le domaine public et sur le domaine privé visible du domaine public, **à l'exception des points de vente** ».

Cette proposition soulève une importante critique. En effet, l'amendement proposé contourne l'interdiction posée, en particulier l'interdiction de la publicité sur le domaine privé visible du domaine public, ouvrant une brèche énorme dans le dispositif (autorisation de la publicité dans les vitrines et devantures de grands magasins par exemple, qui disposent de surfaces publicitaires importantes dans des lieux très fréquentés).

En conséquence, l'amendement déposé est déplacé à l'alinéa 2 de l'article 5a : « En dérogation aux articles 2, alinéa 1, et 3, alinéa 1, les procédés de réclame pour les produits cités à l'alinéa 1 qui atteignent des mineurs sont non seulement interdits à l'extérieur, mais également à l'intérieur, notamment dans les salles de cinéma, lors de manifestations culturelles et sportives, ainsi que dans les lieux privés accessibles au public **à l'exception des points de vente** ».

Les commissaires en faveur de la proposition d'amendement évoquent les éléments suivants :

- Si l'interdiction de la publicité dans les vitrines ou visible dans les lieux de passage est admissible, l'interdiction de la publicité dans les points de vente relève d'une forme d'hypocrisie. En effet, la vente des produits du tabac reste autorisée. En ce sens, l'amendement est plus en phase avec un certain réalisme et l'acceptation du commerce des produits du tabac et autres produits assimilables.
- Il convient évidemment de protéger la jeunesse. À ce titre, l'interdiction de vente aux moins de 18 ans revêt tout son sens et suffit. Les personnes adultes opèrent leurs choix en pleine responsabilité. Dans ces circonstances, il apparaît hypocrite de vouloir interdire la publicité tout en acceptant le commerce des produits du tabac, les taxes dont le produit est versé à l'AVS/AI et les impôts prélevés sur les bénéfices de l'industrie du tabac. Un double standard persiste.
- La LEAE modifiée interdit clairement la vente aux personnes mineures de tous les produits incriminés. La vente à une personne adulte en vue de la fourniture aux moins de 18 ans est de même interdite. L'article 5a, alinéa 1, LPR modifié interdit la publicité de tous les produits incriminés sur le domaine public et sur le domaine privé visible du domaine public. Il n'y a pas de publicité à outrance dans les points de distribution qui, essentiellement, ne font que mettre les produits à disposition.
- Il est difficile d'établir une distinction univoque entre mise à disposition des produits (pour les personnes majeures) dans les points de vente (souvent près de la caisse, là où les client·e·s attendent) et publicité. Dans ces circonstances, l'exception voulue par l'amendement peut être admise.

Les arguments opposés à la proposition d'amendement peuvent être résumés comme suit :

- Le Conseil d'État souhaite interdire la publicité dans les points de vente (petits kiosques ou autre), sans aller jusqu'à rendre invisibles les produits, en les plaçant par exemple dans une armoire ou derrière un rideau opaque. Dès lors, adopter l'amendement irait à l'encontre de la volonté du Conseil d'État.
- De l'aveu même de Swiss Cigarette, l'incitation à l'achat manque sans la publicité, provoquant cas échéant des phénomènes de tourisme d'achat. La loi a justement pour objectif de réduire l'incitation à la consommation des produits du tabac et autres produits assimilables, en particulier chez les jeunes.
- Autoriser la publicité dans les points de vente irait à l'encontre des recommandations de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) et de toute politique de santé publique responsable à l'égard de la jeunesse et visant la diminution de l'incitation à l'achat.
- La santé publique représente un intérêt supérieur qui, en l'occurrence, l'emporte. Par exemple, agir sur l'incidence du cancer du poumon s'avère possible et nécessaire. La publicité proactive/attractive a un impact plus fort sur l'achat/la consommation que la simple mise à disposition des produits, tant chez les adultes que chez les personnes mineures.
- L'interdiction complète de la publicité est reconnue comme une mesure efficiente pour éviter l'apparition de nouveaux·elles consommateurs·trices de produits du tabac. Les étals de produits dans les commerces constituent déjà une forme de publicité. En autorisant la visibilité des produits dans les points de vente, le projet du Conseil d'État représente d'ores et déjà un compromis.

- Au vu des résultats dans le canton de Vaud de la votation sur l'initiative populaire fédérale, l'avis de la population vaudoise se montre clairement en faveur d'une restriction de la publicité sur les produits du tabac.

L'art 5a, alinéa 1, du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'amendement à l'art. 5a, alinéa 2, du projet de loi est refusé par 7 voix contre 6 et 0 abstention.

À signaler que le moratoire de 10 ans au plus prévu par l'article 30a LPR est échu et ne s'applique donc pas à l'article 5a LPR modifié.

L'art. 5a du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents moins 4 abstentions.

L'art. 2 du projet de loi (formule d'exécution) est adopté tacitement.

Le projet de loi tel que discuté est adopté à l'unanimité des membres présents moins 3 abstentions.

Entrée en matière

La commission recommande au Grand Conseil l'entrée en matière sur ce projet de loi à l'unanimité des membres présents.

6.3. PROJET DE LOI MODIFIANT LA LOI SUR L'INTERDICTION DE FUMER DANS LES LIEUX PUBLICS (LEAE)

L'art. 1 du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 2 du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 5 du projet de loi est adopté à l'unanimité des membres présents.

L'art. 2 du projet de loi (formule d'exécution) est adopté tacitement.

Le projet de loi tel que discuté est adopté à l'unanimité des membres présents.

Entrée en matière

La commission recommande au Grand Conseil l'entrée en matière sur ce projet de loi à l'unanimité des membres présents.

7. VOTE DE LA COMMISSION SUR LE RAPPORT DU CONSEIL D'ÉTAT

La commission recommande au Grand Conseil d'accepter le rapport du Conseil d'État à l'unanimité des membres présents.

Morges, le 27 août 2023.

La présidente :
(Signé) Sylvie Podio